



FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FATECS

CURSO: ADMINISTRAÇÃO

LINHA DE PESQUISA: GESTÃO EMPRESARIAL

ÁREA: GESTÃO EMPREENDEDORA

MARYANA DE OLIVEIRA MASCARENHAS
21476480

**A PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DE ADMINISTRAÇÃO SOBRE A
PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO EM UMA IES**

Brasília

2015

MARYANA DE OLIVEIRA MASCARENHAS

A PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DE ADMINISTRAÇÃO SOBRE A PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO EM UMA IES

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresas do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Prof. MSc. Erika Lisboa

Brasília

2015

MARYANA DE OLIVEIRA MASCARENHAS

**A PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DE ADMINISTRAÇÃO SOBRE A
PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO EM UMA IES**

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresas do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Prof. MSc. Erika Lisboa

Brasília/DF, 08 de outubro de 2015.

Banca examinadora

Professora MSc. Erika Lisboa
Orientadora

Professor (a):
Examinador

Professor (a):
Examinador

A PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DE ADMINISTRAÇÃO SOBRE A PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO EM UMA IES

Maryana de Oliveira Mascarenhas¹

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de identificar a percepção dos alunos de Administração em relação à promoção do empreendedorismo desenvolvido por uma Instituição de Ensino Superior - IES. O referencial teórico se formou a partir de conceitos sobre os temas: empreendedorismo, empreendedor e educação empreendedora. A educação empreendedora é um tema que tem sido abordado de forma recorrente, levando-se em conta sua importância socioeconômica, a geração de oportunidades e riquezas e sua conexão ao comportamento pessoal. A metodologia da pesquisa se deu por uma classificação descritiva e pelo método quantitativo de abordagem do problema. Aplicou-se questionário em uma amostra de 370 alunos do curso de Administração de uma IES na cidade de Brasília. Após a análise dos dados, identificou-se a forma de entendimento dos participantes sobre o conceito de empreendedorismo e a percepção dos alunos sobre o seu desenvolvimento empreendedor com o auxílio da IES; a forma com que eles percebem as atitudes empreendedoras da IES e a forma com que a IES apresenta suas ações pertinentes ao tema. Conclui-se que a educação empreendedora é uma importante estratégia para o desenvolvimento social e econômico. Identificou-se que na IES, a promoção da cultura empreendedora é percebida por grande maioria dos participantes, como também a relação do tema com inovação e criação de produtos e serviços. Verificou-se que o tema da pesquisa é compreendido e potencializa o conhecimento de si mesmo como uma forma de comportamento empreendedor.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedor; Educação Empreendedora; Instituições de Ensino Superior – IES.

¹ Acadêmica do curso de Administração do Centro Universitário de Brasília (UnICEUB). E-mail: maryanamascarenhas@globomail.com

1 INTRODUÇÃO

Considerando o cenário do mercado brasileiro, vive-se em uma realidade onde a maior parte das empresas é criada por pessoas comuns. Sem conhecimentos específicos dos negócios que abrem, ou características empreendedoras fundamentais, essas pessoas ingressam no mercado a partir de uma oportunidade visualizada no contexto onde vivem ou por necessidade de uma atividade remunerada devido à falta de espaço no mercado de trabalho. Estudos realizados pelo GEM - *Global Entrepreneurship Monitor* (2014) mostra que a maior parte da população brasileira entre 18 e 64 anos já especulou a ideia de ter um negócio próprio, onde os motivos são diversos.

Apesar de o empreendedorismo estar fixado no panorama mundial há muitos séculos, observa-se que no Brasil o assunto vem se inserindo com maior profundidade a partir dos anos 90. Segundo Dornelas (2014), o empreendedorismo contribui com o crescimento da economia, aumentando a riqueza do país, acumulando ideias e conhecimentos inovadores, assim, colaborando com o mercado interno e ao acesso da população aos bens de consumo.

O dilema existente neste meio dá-se pelo fato de que nem todos os empresários são empreendedores e nem todos os empreendedores são empresários. A partir desta informação, há a constante necessidade de aumentar as informações e gerar maior conhecimento sobre o tema empreendedorismo e sobre o que significa empreender.

A educação empreendedora tem sido explorada de forma a conscientizar melhor os cidadãos, potencializando e formando uma cultura com prioridades e valores em prol do bem comum, com geração e distribuição de riquezas, inovando, criando de forma sustentável em todos os âmbitos (DOLABELA, 2008). Como exemplo cita-se a existência entidades e organizações que auxiliam, mensuram e estimulam o desenvolvimento do empreendedorismo no país como o SEBRAE, Instituto FGV, GEM, entre outros.

A justificativa para a realização deste trabalho tem como base os pilares acadêmico, gerencial e social. Referentes ao aspecto acadêmico existem inúmeras pesquisas realizadas cujo tema empreendedorismo é recorrente, que significa a ascensão do tema. Levando em consideração o banco de artigos *Scielo* e outras publicações científicas, verifica-se que, embora o tema apareça regularmente, é um

assunto não tão aprofundado no que se refere ao empreendedorismo nas IES e a percepção dos alunos sobre como este tema é abordado. Portanto, a pesquisa se justifica no âmbito acadêmico por desenvolver conhecimento, agregar valor ao tema proposto e auxiliar as pesquisas futuras a serem realizadas.

Sob o aspecto gerencial, esta pesquisa é relevante à medida que seus resultados possam contribuir por meio de um conjunto de procedimentos de gestão que auxiliem na tomada de decisão como estratégias, *marketing*, custos, que junto ao cabedal de conhecimentos do empreendedor contemplem a conscientização de formas inovadoras que aprimorem o processo de criação das organizações, visando compartilhar a gestão sobre o empreendedorismo, auxiliando e fortalecendo o sentido de pertencimento de profissionais bem preparados para empreender e inovar todas as formas de produtos e serviços.

Em relação aos aspectos sociais, este artigo fomentará a discussão sobre a atuação do empreendedorismo contribuindo para a formação de profissionais mais qualificados e ampliando a visão da IES para o olhar do jovem, podendo passar por um processo de evolução aumentando a qualidade dos novos empreendedores, contribuindo com a economia, desenvolvimento social, geração de empregos para o empoderamento da sociedade.

Algumas universidades adotaram a gestão empreendedora e o tema empreendedorismo como fator de demanda mercadológica na formação de seus alunos. Isto aconteceu a partir do momento que foi percebido que as entidades que cooperam para o desenvolvimento do empreendedorismo não eram suficientes para contribuir para o crescimento do país. Segundo o GEM (2014), os empreendedores iniciais e que estão se estabelecendo no mercado, encontram-se na faixa etária entre 18 e 34 anos. Ainda conforme a pesquisa, a taxa de crescimento destes empreendedores, ascende a cada ano, mesmo com o cenário financeiro do país em recessão.

Diante ao exposto este artigo buscou responder à seguinte questão: como é percebida a promoção do empreendedorismo em uma Instituição de Ensino Superior pelos alunos de Administração?

A partir desta problemática o objetivo geral deste estudo é identificar como os alunos de Administração percebem a promoção do empreendedorismo na Instituição de Ensino Superior – IES, tendo como objetivos específicos: identificar como os alunos de Administração percebem o conceito do empreendedorismo e a

importância do empreendedor; identificar como a IES promove o empreendedorismo; identificar se os alunos percebem a promoção da cultura empreendedora na IES; relacionar a forma como os alunos de Administração percebem a promoção do empreendedorismo na IES objeto deste estudo e a forma que esta IES promove o empreendedorismo.

Esta pesquisa se dará primeiramente pelo entendimento teórico e conceituação sobre empreendedorismo. Dentro do referencial é apresentado o papel do empreendedor e o empreendedorismo acadêmico. A classificação do método de pesquisa deste estudo é descritiva e o método de abordagem do problema é quantitativo, pois serão aplicados questionários aos alunos da IES objeto de estudo desta pesquisa para que se possa levantar os dados e atingir os resultados que respondam de forma descritiva os objetivos deste artigo. Posteriormente serão descritos os resultados desta pesquisa, através da tabulação e análise dos dados recolhidos com o questionário aplicado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O Empreendedorismo e o Empreendedor

O empreendedorismo é um termo conhecido desde a antiguidade, mas só a partir do século XVIII surgiram ideias do economista Cantillon (1725, apud HISRICH; PETERS, 2004) sobre o que é empreendedorismo e o que significa, de fato, empreender. Hisrich e Peters (2004) relatam que, um primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Pólo, que tenta estabelecer uma rota comercial para o Oriente. O termo empreendedorismo é um neologismo proveniente da livre tradução da palavra francesa *entrepreneuship*, aplicado para denotar os estudos referentes ao empreendedor (DOLABELA, 1999).

Cantillon (1725) relatou que o empreendedor e o investidor de capital são pessoas diferentes, sendo o empreendedor, a pessoa que assume o risco do negócio.

Tal conceito é aceito no presente século, já que nem sempre o empreendedor será o investidor, ou o empresário, sendo válida a afirmação também contrária. Esta mesma conceituação é confirmada de outra forma por Dolabela (1999), que declara que o empreendedor pode não ser o dono da empresa e sim um profissional contratado. Tendo em vista a atual demanda mercadológica, as empresas buscam pessoas mais preparadas e com características empreendedoras cada vez mais acentuadas, sabendo lidar com o risco, a inovação, com os aprimoramentos nos processos de criação, a identificação dos nichos de oportunidade e necessidades do mercado.

Dornelas (2005, p. 13) afirma que “a palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo”. Segundo Ferreira (1975, p. 514) autor do Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, o mesmo termo empreendedor tem como significado “ativo, arrojado, cometedor [...], aquele que empreende” e empreender como “Deliberar-se a praticar, propor-se, tentar [...] por em execução”.

Em síntese, pode-se descrever o empreendedorismo como a maneira de por em prática ideias novas assumindo as consequências das ações, sendo estas, riscos ou benefícios, podendo ser o investidor de capital intelectual ou financeiro, ou os dois de forma concomitante.

Os autores Hisrich e Peters (2004, p. 27) descrevem que ser empreendedor é “assumir riscos calculados, ser inovador, criativo, e se dedicar em questão de tempo e esforço para o negócio dar certo e assim obter satisfação financeira, profissional e pessoal”.

No Brasil, a disseminação do empreendedorismo ocorre desde o início dos anos 90. Apesar de tratar-se de um tema novo, comentado e discutido, já existem muitos autores e instituições relatando o assunto e ajudando as pessoas que pretendem abrir um negócio, sobre o que é ser empreendedor e como se estabelecer no mercado. De acordo com a pesquisa feita pelo GEM - *Global Entrepreneurship Monitor* (2014), mais de 90% das riquezas e empregos gerados no país vem de micro e pequenas empresas, e que estas empresas que se encontram no estágio de empresas iniciais e empresas estabelecidas surgiram de uma oportunidade observada no mercado ou de uma necessidade de renda do empreendedor.

Complementar a pesquisa feita pelo GEM, Dornelas (2005) acentua que as duas formas de empreender são válidas, porém, somente a criação de empresas não desenvolve o país economicamente. No Brasil, até o ano 2005, o empreendedorismo por necessidade era o mais comum. Geralmente este tipo de empreendedorismo acontece sem planejamento, podendo chegar à falência breve, antes mesmo de se tornar uma empresa estabelecida. Os fatores podem ser o desconhecimento do mercado e gestão incorreta. Deste modo, não há desenvolvimento econômico, mas há influência na atividade empreendedora total do país em consequência, como ponto negativo, as estatísticas de mortalidade dos novos empreendimentos aumentam.

Já no empreendedorismo por oportunidade, no Brasil em 2014 foi o mais praticado, conforme dados do GEM (2014). Neste tipo, o empreendedor realmente vê um nicho de mercado, tendo uma melhor capacidade de planejamento, de criar e inovar em algo. Este tipo de empreendedor está ligado diretamente ao desenvolvimento econômico do país e dentro das estatísticas apresentadas pelo GEM (2014), pois tem uma visão a longo prazo para a organização e de forma direta gera empregos, lucros e riqueza para o país. Assim a capacidade do poder de compra da população e o alcance aos bens de consumo crescem e o mercado interno também.

Diversas organizações têm participação relevante no processo de disseminar a cultura empreendedora fazendo aumentar a aceitação do empreendedorismo pela população brasileira. Consoante a isso, Degen (1989, p. 9) afirma que “riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar da população”. A pesquisa feita pelo GEM (2014) confirma que desde quando o governo começou a apoiar a causa empreendedora na criação de micro e pequenas empresas, percebeu-se que a capacidade empreendedora dos brasileiros cresceu e que de forma direta ou indireta o empreendedorismo está inserido no cotidiano das pessoas. Além disso, a pesquisa mostrou no que refere ao crescimento do mercado interno, que nos últimos anos os resultados foram positivos, porém, diante do atual cenário econômico desaquecido, o risco para empreender está maior e que os empreendedores neste momento precisam ser verdadeiros visionários, transformar as dificuldades e os desafios em oportunidades de novos negócios, gerando assim, empregos, maior distribuição de renda e riqueza para o país.

Ser visionário, assumir riscos e identificar oportunidades, são características de um empreendedor, contudo, existem outras pertencentes aos empreendedores. Fillion (1999) resume de forma clara que o empreendedor “é um ser social, produto do meio em que vive”. De acordo com Dolabela (2003), todas as pessoas nascem empreendedoras, e que elas deixam de ser mais tarde ou então desenvolvem competências, habilidades e atitudes referentes a um empreendedor. Acredita-se que tudo é influenciado pelo meio ambiente em que a pessoa vive, sendo ele cultural, social ou político.

Vários autores como Hisrich e Peters (1985), Dornelas (2005), Degen (1989) e Dolabela (2003) concordam que existem habilidades e características específicas que se remetem a como o empreendedor deve ser e agir. As que são consideradas mais consagradas segundo Dolabela (2003, p. 58) são:

- Perseverança
- Iniciativa
- Criatividade
- Protagonismo
- Energia
- Rebeldia e padrões impostos
- Capacidade de diferenciar-se
- Liderança
- Orientação para o futuro
- Imaginação
- Proatividade

- Tolerância a riscos moderados
- Alta tolerância a ambigüidades e incertezas

Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: “1) tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; 2) utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; 3) aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar” (Hisrich e Peters, 2004, p. 29), Os autores que concordam com estas afirmativas são, Dornelas (2005), Degen (1989) e até mesmo nas características empreendedoras da EMPRETEC segundo o portal SEBRAE (2014).

Dentre estes atributos, pode-se descrever melhor que o empreendedor precisa dispor de eficiência e eficácia, além de um senso crítico alto, onde consiga a partir disto, perceber a demanda mercadológica, os riscos a serem enfrentados, sendo de fato um visionário. Por Dornelas (2005), o termo visionário vem sendo usado como sinônimo de empreendedor. O empreendedor tem como objetivo se aperfeiçoar, surpreender os clientes, inovar, buscar novas oportunidades de produtos e serviços e responsabilizar-se pelos sucessos e fracassos.

A capacidade de se antecipar aos fatos também é um traço do empreendedor (KIRSZNER, 1973, apud DORNELAS, 2005), juntamente com a capacidade de superar obstáculos, ter comprometimento com suas atividades e equipe de trabalho com o objetivo de atender e executar suas ações com a máxima qualidade, contribuindo assim, com o giro da economia, criação de empregos e o crescimento do mercado brasileiro.

2.2 Educação Empreendedora

A globalização fez com que o mundo se conecte de forma com que tudo o que aconteça, seja notícia em tempo real no planeta todo. Não diferente disso aconteceu com o empreendedorismo que, aos poucos, vem dominando o mercado, extinguindo barreiras comerciais e culturais, desenvolvendo novos conceitos econômicos, encurtando a distância ao poder de muitas organizações no mundo todo (DORNELAS, 2005).

Contudo, ainda existem aqueles que ainda não têm conhecimento sobre o que significa empreendedorismo efetivamente, fixando a ideia que empreender é um

termo utilizado somente para abrir um negócio próprio (LEITE; MELO, 2008). Pode-se afirmar que o empreendedorismo vem se estabelecendo como um fenômeno cultural fortemente relacionado ao processo educacional na formação de novas gerações.

O percurso que o novo cenário econômico brasileiro corre, aos poucos, faz com que as Instituições de Ensino, sendo elas do ensino básico ou superior, percebam que formar cidadãos com bases em metodologias estáticas, com o intuito de trabalhar em grandes empresas e construir carreiras como empregados com funções marcadas sem variância e padrões rigorosos a serem seguidos não é mais o objetivo e que este é um método defasado. Conforme dados do SEBRAE (2015) a Educação Empreendedora propõe novas práticas pedagógicas que visam à ruptura de um modelo defasado de aprendizagem, permitindo novas reflexões e a aplicação dos saberes na forma de ações inovadoras, criativas e transformadoras.

Souza e Guimarães (2005, p. 205), ressaltam em sua literatura o “desenvolvimento do autoconhecimento” como parte importante da Educação Empreendedora. O conhecimento de si mesmo também é abordado por Dolabela (2005) que ressalta que um empreendedor é incentivado e estimulado a construir-se, então o conhecimento de suas emoções, desejo e comportamento são importantes na construção do saber empreendedor.

Os novos padrões visam o empreendedorismo nos métodos de ensino, com o propósito de preparar os alunos e os novos entrantes no mercado de trabalho para enfrentar desafios, ter capacidade de planejar e atingir metas, possuir uma visão macro do que acontece, identificando as necessidades e oportunidades do meio e até mesmo aprender a tomar decisões. Neste conceito o aluno tem espaço para demonstrar suas habilidades, estimular sua criatividade, sua pré-disposição aos riscos, sendo conjuntamente uma forma de autoconhecimento, pois, passa a se analisar e conhecer suas características racionais e emocionais.

Consoante à perspectiva do empreendedorismo transformando a sociedade, Dolabela (2008, p.18) afirma que.

A introdução da cultura empreendedora no ensino médio e universitário é o primeiro passo na persecução de um objetivo maior: a formação de uma cultura em que tenham prioridades valores como combate à miséria através da geração e distribuição de riquezas, inovação, criatividade, sustentabilidade, liberdade.

Com maior conhecimento, a população terá maior chance de conseguir trabalhar em prol de um objetivo para o bem comum, fazer algo sustentável gerando empregos, aumento de riqueza, aquecendo a economia, agregando valor em todas as ações realizadas.

A educação empreendedora tem como pilar os estudos acumulados na história de vida do indivíduo, que são chamados de “quatro pilares da educação”, que se dividem em “aprender a saber, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser” (DOLABELA, 2003, p.23).

“É empreendedor, em qualquer área, alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade” (DOLABELA, 2003, p. 38). O autor qualifica o empreendedorismo como uma forma de ser, e apresenta a teoria empreendedora dos sonhos. Na teoria dos sonhos, o autor exhibe o sonho estruturante, que é aquele que objetiva o indivíduo a realizar a ação em prol de auto-realização – esta podendo ser, profissional, financeira, pessoal – variável de acordo com a perspectiva de cada pessoa.

Os pilares da educação são uma mistura do ambiente dos sonhos com o meio ambiente em que o indivíduo fez sua história. O ambiente contribui para as características que os indivíduos possuem na formação de suas crenças, atribuindo seus conhecimentos, habilidades e atitudes, montando assim as competências que a pessoa possui a partir do contexto no qual está inserido.

Dornelas (2005) afirma que o estudo sobre o empreendedorismo dentro das Instituições de Ensino quer responder o que é empreendedorismo, quem são os indivíduos empreendedores e como eles se comportam, de uma forma didático-pedagógica mais prática, onde haja uma adequação dos conteúdos e dos métodos comuns de geração de conhecimento com meios mais apropriados para atingir os objetivos que a Educação Empreendedora oferece. Métodos teóricos e práticos juntos visam promover a educação empreendedora. Souza e Guimarães (2005) concordam que o método pedagógico voltado ao aprendizado prático, não abandonando o conhecimento teórico cabido, com modelos que envolvam as ferramentas disponíveis hoje, como tecnologia, ajudam a formar pessoas com maior entendimento e envolvimento com o empreendedorismo.

Nos modelos práticos de geração de conhecimento os alunos são agentes de conhecimento individualizado e os professores são facilitadores do processo de aprendizagem (DOLABELA, 2008). O professor tem o papel de fazer com que o

aluno dentro do ambiente favorável com práticas empreendedoras, como incubadoras, criação de empresas fictícias, planos de negócios, planos estratégicos, consiga gerar o processo de auto-aprendizado, desenvolvendo ou aprimorando as características empreendedoras.

Pode-se inferir que a educação empreendedora deve ser uma auxiliadora do desenvolvimento dos estudantes, ajudando-os a identificar suas características, com métodos diversos de abordagem do assunto e forma avaliativa personalizada, tendo em vista que o indivíduo é único ao desejar, sonhar e por em ação seus planos sendo eles voltados à empresa ou a qualquer outra área da vida.

Com o intuito de aprender, ou melhor desenvolver as características necessárias ao empreendedor, Ulrich e Cole (1987, apud, HENRIQUE E CUNHA, 2008, p. 129), apresentam várias técnicas pedagógicas divididas em quatro classes onde ainda hoje é possível extrair métodos para melhor ensinamento-aprendizado dentro do tema Educação Empreendedora. Estes estilos de aprendizagem são: reflexivo-aplicado; reflexivo-teórico; ativo-aplicado e ativo-teórico.

Com base nos estilos de aprendizagem e técnicas pedagógicas de Dolabela (2003) e o apresentado por, o quadro abaixo mostra as atividades propostas voltadas à educação empreendedora.

TÉCNICAS E ESTILOS DE APRENDIZAGENS PEDAGÓGICAS ADAPTADA A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA	
<p>Reflexivo-Teórico</p> <p>Foco: mudança do conhecimento</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aulas e palestras teóricas ➤ Leituras requeridas ➤ Anotações do professor ➤ Instruções programadas (conceitos) ➤ Artigos teóricos ➤ Avaliação de conteúdo ➤ Envolvimento multidisciplinar das matérias dadas para que o aluno aprenda a ver e entender o contexto geral do que acontece 	<p>Reflexivo-Aplicado</p> <p>Foco: mudança de avaliação</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Filmes ➤ Palestras e aulas expositivas ➤ Diálogos ➤ Discussões Limitadas ➤ Estudo de caso ➤ Avaliações de problemas ➤ Aulas dinâmicas envolvendo o conceito na prática de criação de estratégias, formulação de soluções a partir de tomadas de decisões com base nos riscos, experiências e criatividade dos alunos
<p>Ativo-teórico</p> <p>Foco: mudanças na compreensão e entendimento</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabalhos em grupo ➤ Discussões argumentadas ➤ Experimentos/pesquisa ➤ Sugestões de leitura ➤ Análises de artigos 	<p>Ativo-aplicado</p> <p>Foco: mudanças de habilidades e atitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Jogos em papéis, computadores voltados a negócios ➤ Simulações de gerenciamento e gestão ➤ Exercícios estruturados ➤ Estágios de observação e aplicabilidade ➤ Roteiros de planejamento estratégico ➤ Projeto de campo (plano de negócios)

Quadro 1: Técnicas e estilos de aprendizagem

Fonte: Adaptado de Ulrich e Cole (1987, apud, HENRIQUE e CUNHA, 2008) e Dolabela (2003).

As técnicas apresentadas juntamente com as características e competências voltadas ao empreendedor visam o aprendizado de novos horizontes e estão valorizadas pelo mercado, cada dia mais. A nova perspectiva da educação empreendedora tem como proposta aprender e compartilhar os saberes e “o conhecimento só é conhecimento quando gera resultado” (DORNELAS, 2005, p.49).

O desenvolvimento da educação empreendedora é de grande importância para o país. Deve ser disseminado e valorizado em todas as classes sociais e meios de aprendizado. O novo profissional que se forma a partir do ensino infantil, fundamental, médio, técnico ou superior, tem uma visão distinta e macro das situações que ocorrem no cenário mundial. Estão mais aptos a lidar e acompanhar as mudanças que ocorrem quase diariamente, decorrentes da tecnologia, de descobertas de mais fontes, das ações transformadoras, do maior acesso a informação, frutos esses da globalização e da conexão com o mundo todo, possível no século XXI.

3 MÉTODO

Aferindo a pergunta problema e os objetivos do artigo, foi utilizada a classificação do método de pesquisa descritiva. Esse método tem como base o estudo de características de um grupo social, podendo ser por gênero, idade, sexo, entre outros e correlaciona às diretrizes levantadas, por meio de questionários, pesquisas bibliográficas e/ou observação com o objetivo de descrever o ocorrido, mensurando e relatando os resultados obtidos (GIL, 2001).

Segundo Gil (2001, p.42) as pesquisas descritivas “têm por objetivo descrever as características de determinada população ou fenômeno ou, então, estabelecimento de relações entre variáveis”.

Em relação ao método de abordagem do problema, foi aplicado o método quantitativo. Este compreende e descreve o problema e também tem como objetivo explicar e relacionar as variáveis com as características do mesmo, e traduzindo em números o conhecimento gerado por quem pesquisa, utilizando métodos estatísticos (GIL, 2001). Além disso, se busca resultado exato e preciso comprovados pela frequência de ocorrência ou exatidão do fenômeno, porque na análise de dados se utilizam dados numéricos.

3.1 Procedimentos empíricos e analíticos

O universo objeto da pesquisa é composto por 437 alunos de Administração no período matutino e 431 no período noturno. A amostra para esta pesquisa foi de 370 alunos, portanto, 42,62% do total de alunos participaram da pesquisa. Destes alunos 20,97%, são alunos do turno matutino, 19,12% do turno noturno e apenas 2,53% dos respondentes não possuem concentração em nenhum dos turnos.

A análise dos dados teve como base, a partir das respostas do procedimento técnico questionário, onde foi feito no formato de formulário previamente constituído por uma série ordenada de perguntas contendo um total de 16 questões.

O formulário tem questões voltadas ao empreendedorismo, como os alunos da IES compreendem o tema empreendedorismo, a motivação que eles possuem pelo tema; a identificação de como a Instituição de Ensino Superior - IES promove o empreendedorismo; como os alunos de Administração percebem o papel IES na promoção do empreendedorismo. Além disso, o questionário visou responder se os

alunos de Administração possuem características empreendedoras, utilizando no questionário os estilos e teorias a respeito do assunto.

Para validação do questionário, foi feito um pré teste no dia 6 de setembro de 2015, com o total de 20 alunos, a fim de saber se as questões estavam claras e se não continham erros, sendo modificadas 3 perguntas afim de ficar esclarecidas possíveis dúvidas dos participantes.

Foi aplicado entre os dias 8 e 11 de setembro de 2015, o questionário definitivo a alunos dos períodos matutino e noturno, no horário da aula.

3.2 Caracterização da Empresa e a Forma de Promover o Empreendedorismo

A IES objeto de estudo deste artigo foi inaugurada no final dos anos 60 e desde então prioriza um ensino de qualidade e excelência. “Oferece cursos nas áreas de ciências jurídicas, ciências sociais, ciências exatas, ciências da saúde, ciências da educação e tecnologia, além dos cursos de pós-graduação *latos e stricto sensu*” (PORTAL DA IES, 2015).

Como missão a IES (2015) visa “gerar, sistematizar e disseminar o conhecimento, visando à formação de cidadãos reflexivos e empreendedores, comprometidos com o desenvolvimento socioeconômico sustentável.” No ano de 2014 a IES recebeu o prêmio *Spark Awards* como melhor Universidade para Empreendedores, evento e prêmio promovidos pela Microsoft e pela Associação Brasileira de Startups em 10 categorias diferentes dentro do tema empreendedorismo.

Em entrevista realizada junto ao gestor de empreendedorismo por Resende (2015), foram destacadas atividades empreendedoras e a visão que a IES possui sobre o tema, tais como a percepção do empreendedorismo; educação, empreendedorismo e desenvolvimento; ações de educação empreendedora; fatores favoráveis e desafios. No site da IES também é possível analisar algumas ações empreendedoras que ela desenvolve.

A IES possui uma Agência de Empreendedorismo, que contribui para a inserção de alunos e ingressos no mercado de trabalho, além de estimular atitudes empreendedoras, proporcionando meios de desenvolvimento pessoal, capacitação, atualização e integração profissional (PORTAL DA IES, 2015).

Além da Agência do Empreendedorismo, a IES tem uma Empresa Júnior. Esta empresa é gerenciada por alunos e professores e oferecem serviços de consultoria empresarial a fim de solucionar problemas e melhorar organizações que fazem parte do programa, tanto em parte administrativa, projetos, comercial, entre outros. É um trabalho interdisciplinar e colabora no desenvolvimento pessoal e profissional dos alunos, além de contribuir para a sociedade, pois dá chance a pequenas empresas de ter maior e melhor capacidade de operar e empreender.

Também de acordo com o Portal (2015), a IES promove a Incubadora de Empresas, com o objetivo de estimular a criação de micro e pequenas empresas inovadoras, com orientação empresarial, oferecendo ao empreendedor formação gerencial e ajudando a empresa a se posicionar e consolidar no mercado.

Segundo Resende (2015, p. 17), na entrevista feita com o gestor de empreendedorismo, a percepção empreendedora “representa formar os cidadãos com atitudes, proativos, que possam interceder na sociedade de modo a agregar valor em todas as ações.” Confirma que o termo está ligado ao comportamento das pessoas e que precisa ser algo sustentável, nos aspectos ambiental, social e econômico. Consoante a estas informações, ressalta que precisa ter olhar crítico e que o comportamento empreendedor precisa fazer parte da cultura e ser disseminada.

Como acentuado no referencial teórico deste artigo, o Gestor da IES repete a importância do empreendedorismo ser transmitida em todos os níveis de educação, não só no ensino superior e que atitudes empreendedoras são importantes para o desenvolvimento da sociedade.

Na IES são desenvolvidas mais atividades empreendedoras além das acima relatadas. Existe a disciplina gestão empreendedora, onde os alunos são estimulados a desenvolver planos de negócios, criar empresas fictícias com projetos inovadores e o resultado é apresentado no *Workshop* do Empreendedor. Os estágios obrigatórios também visam o convívio e aprendizado qualificando profissionalmente os estudantes com características empreendedoras pessoais e intrapessoais. A IES visa à aplicabilidade do que é aprendido em sala de aula com teoria para a formação de profissionais mais completos e com maior visão de futuro e competências desenvolvidas.

Dos fatores favoráveis e desafios mostrados pela entrevista de Resende (2015) ao gestor, no caso da cidade Brasília ainda ter a cultura do setor público é um

fator limitante na disseminação do empreendedorismo, com ela também a dificuldade de acompanhar as mudanças constantes que vem ocorrendo e no cenário atual a difícil captação de recursos para conseguir se desenvolver. Como fatores favoráveis o fato de existir empresas e entidades parceiras para apoiar projetos empreendedores.

4. ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS DADOS

A seguir apresentam-se os resultados da pesquisa que teve como objetivo identificar qual a percepção dos alunos de Administração referente à promoção do empreendedorismo em sua Instituição de Ensino Superior – IES. A amostra foi de 370 alunos.

4.1 Perfil dos alunos

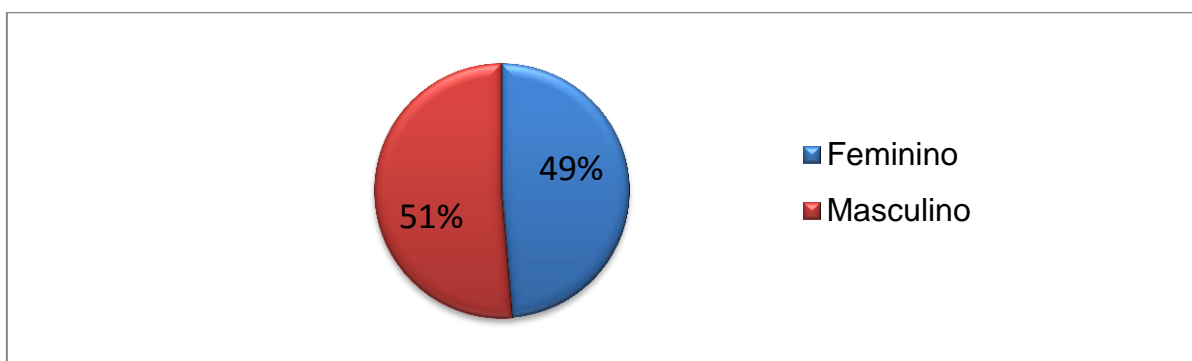


Gráfico 1: Sexo

Fonte: Elaborado pelo autor

O gráfico 1 apresenta que a maior parte da amostra que respondeu o questionário são homens, totalizando 51% e as mulheres representam 49% dos participantes da pesquisa.

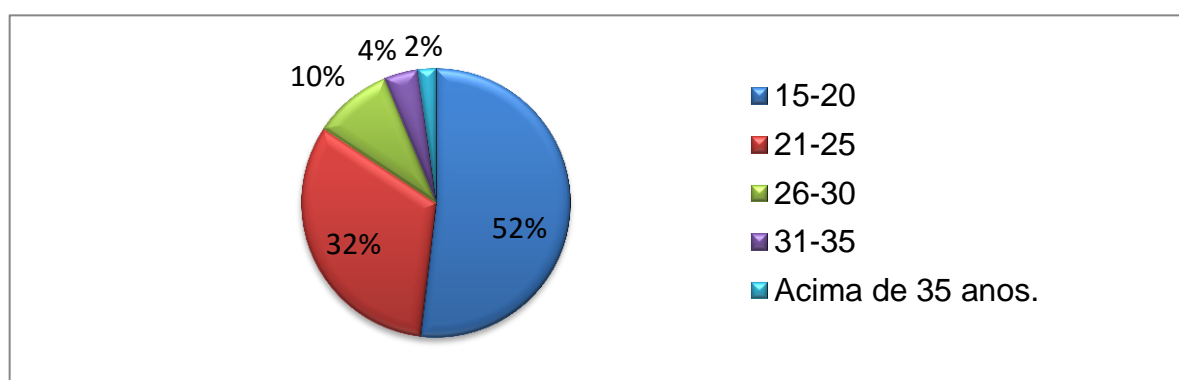


Gráfico 2: Faixa Etária

Fonte: Elaborado pelo autor

Percebe-se pelos resultados do Gráfico 2, que 84% dos participantes tem entre 15 e 25 anos. Os 14% restantes têm idades entre 26 e acima de 35 anos.

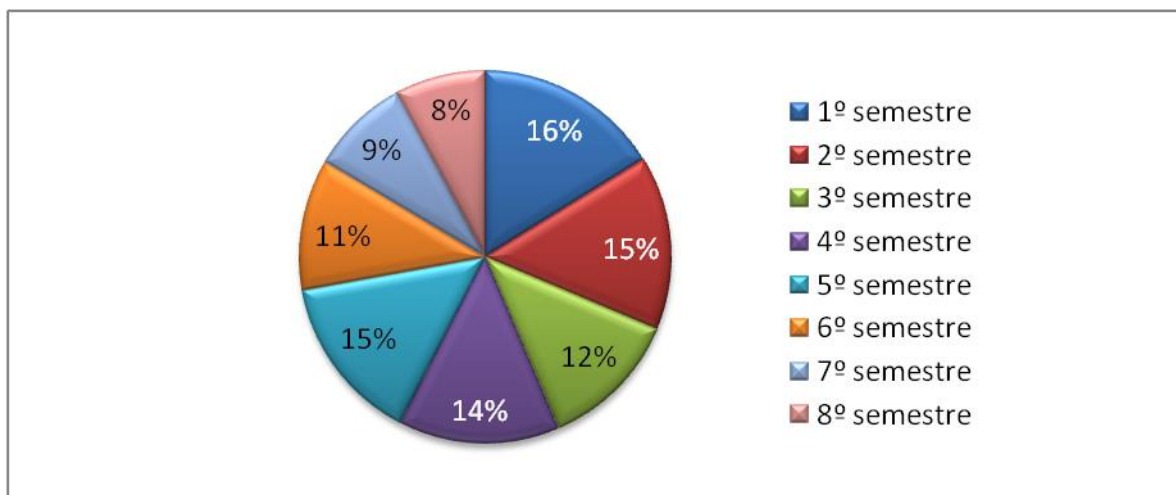


Gráfico 3: Semestre de enquadramento

Fonte: Elaborado pelo autor

Apresenta-se no gráfico 3 o total de alunos participantes separados por semestre de enquadramento. Este gráfico se torna importante, pois a percepção dos alunos sobre as atividades elaboradas pela IES em relação ao empreendedorismo é diferente do começo ao final do curso.

A pesquisa mostra uma diferença de 8% de alunos que participaram da pesquisa entre o 1º semestre ao 8º, pois, o número de alunos em semestres do começo do curso atualmente é muito maior do que de alunos formandos.

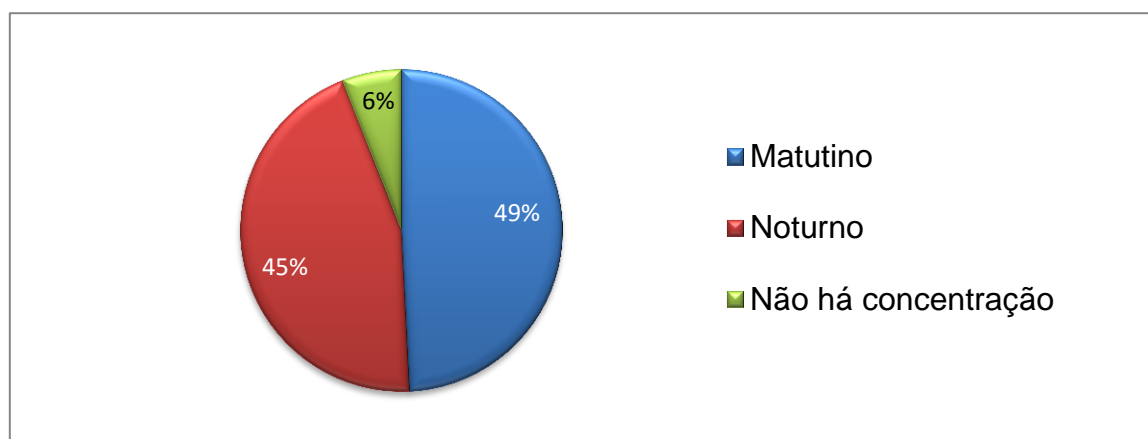


Gráfico 4: Concentração em turno de estudo

Fonte: Elaborado pelo autor

O nível de concentração por turno dos participantes foi de 49% do turno matutino e 45% do turno noturno. Apenas 6% dos alunos afirmam que não há concentração em nenhum dos turnos e que suas matérias são escolhidas de acordo com a disponibilidade da grade horária. A IES não oferta o curso de Administração no período vespertino.

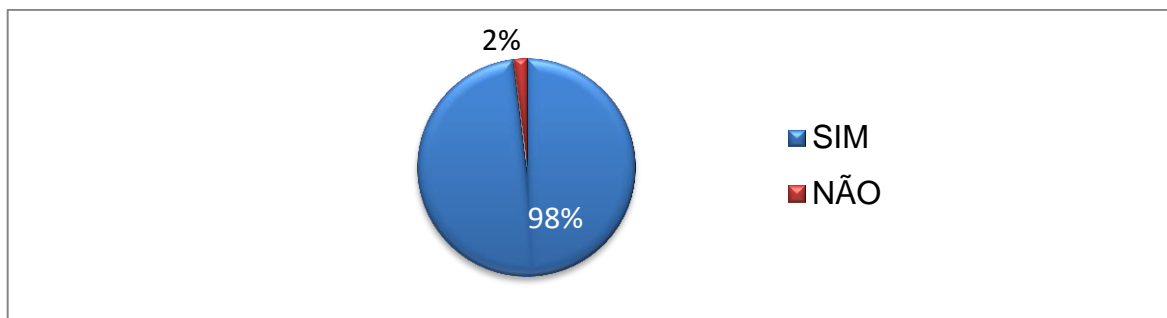


Gráfico 5: Já foi abordado pelo tema empreendedorismo

Fonte: Elaborado pelo autor

Conforme o gráfico 5 a maior parte dos participantes da pesquisa já tem algum tipo de conhecimento sobre empreendedorismo. Os dados afirmam que 98% já ouviram falar do tema e que apenas 2% dos alunos que desconhecem o assunto.

Este aspecto é um ponto favorável, pois, a disseminação da cultura empreendedora é um aspecto importante para a sociedade brasileira. Dolabella (2008) relata que a “a introdução da cultura empreendedora (...) é o primeiro passo na persecução de um objetivo maior: a formação de uma cultura em que tenham prioridades (...) a geração e distribuição de riquezas, inovação e criatividade.” Ou seja, quando se tem algum tipo de conhecimento, é mais provável que consiga fazer algo favorável para atingir seus objetivos pessoais e profissionais, gerando empregos e contribuindo para o desenvolvimento econômico, social e sustentável do lugar em que vive.

4.2 Percepção que os Alunos Tem Sobre o Empreendedorismo

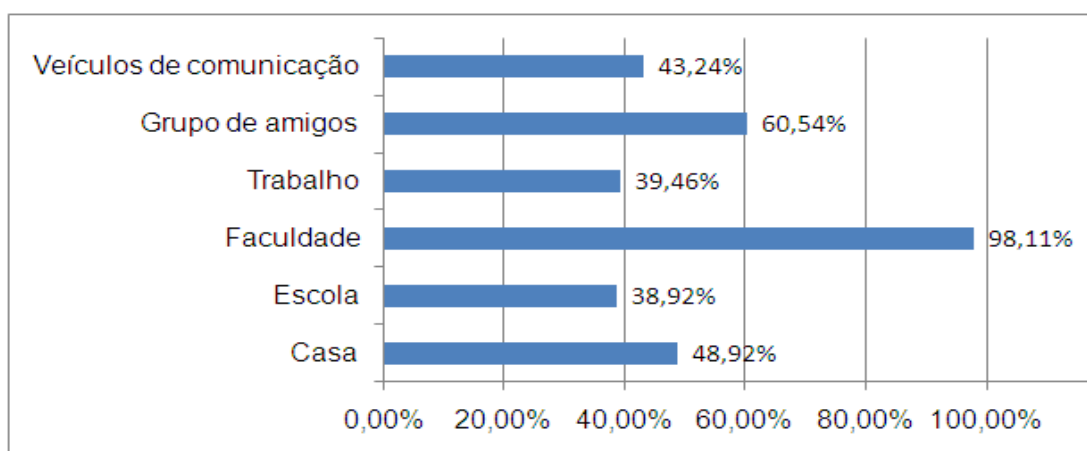


Gráfico 6: Abordagem pelo tema empreendedorismo

Fonte: Elaborado pelo autor

Ressalta-se que nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

Na proporção dos dados constantes no gráfico 6, quase 100% dos alunos que confirmaram que já ouviram falar sobre o tema empreendedorismo, responderam em 98,11% que o assunto foi levantado dentro da IES. Este aspecto é um ponto favorável, pois a IES atualmente é considerada a melhor Universidade Empreendedora do Brasil, conforme o prêmio Spark 2014.

Outro ponto positivo é a o tema já foi levantado entre grupo de amigos, na escola e em casa. Conforme visto no Gráfico 2, a maioria dos participantes tem entre 15 e 25 anos. Observa-se com estes resultados que de forma constante o assunto vem sendo disseminado e discutido cada vez em mais lugares, englobando diferentes idades. A importância do assunto confirma o que Dolabela (2003) apresenta: que o empreendedor é incentivado a construir-se e quanto mais o tema for cultuado nos lugares, melhor vai ser a capacidade empreendedora dos indivíduos.

No ambiente de trabalho e pelos veículos de comunicação o tema também vem sendo discutido. No trabalho é um ponto muito positivo, pois, conforme Dornelas (2005), nem todos os empreendedores são donos do próprio negócio e mostra que os funcionários possuem mais e maior capacidade de criar, inovar e ter atitudes empreendedoras dentro da organização.

Os dados deste gráfico afirmam a entrevista com o gestor de empreendedorismo feita por Resende (2015), e também o conceito de Dolabela (2008), que o empreendedorismo deve ser transmitido em todos os níveis de educação e que as atitudes empreendedoras são muito importantes no desenvolvimento da sociedade nos aspectos econômico, profissional e pessoal.

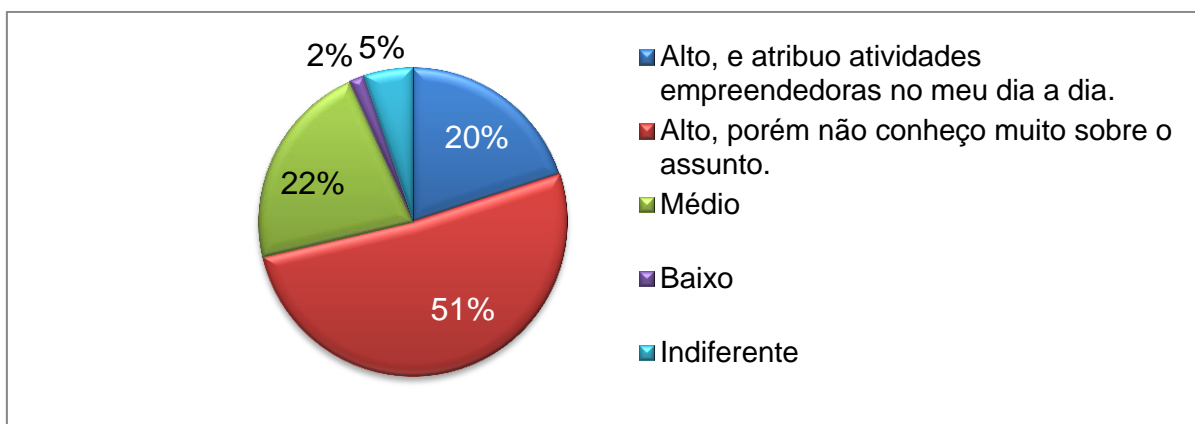


Gráfico 7: Nível de motivação em relação ao empreendedorismo

Fonte: Elaborado pelo autor

TOTAL	1º sem.	2º sem.	3º sem.	4º sem.	5º sem.	6º sem.	7º sem.	8º sem.
20,00%	1,35%	2,16%	2,70%	2,97%	3,24%	2,16%	2,16%	3,24%
51,35%	11,62%	7,03%	6,76%	6,22%	7,57%	5,14%	5,14%	1,89%
21,89%	2,70%	5,41%	1,89%	4,32%	2,70%	2,43%	0,81%	1,62%
1,62%	0%	0,27%	0,27%	0,00%	0,00%	0,54%	0,27%	0,27%
5,14%	0,54%	0,27%	0,54%	0,54%	1,08%	1,08%	0,27%	0,81%

Tabela 1: Tabulação de motivação ao empreendedorismo por semestre

Fonte: Elaborado pelo autor

O gráfico 7 apresenta o nível de motivação dos alunos participantes da pesquisa em relação ao empreendedorismo. Como pode-se perceber 51% dos alunos tem alto interesse sobre o assunto, mas ainda não conhecem muito sobre o tema.

O número de pessoas que têm interesse alto e atribui atividades empreendedoras no cotidiano corresponde a 20% dos respondentes. Nível médio, baixo e indiferente de motivação ao empreendedorismo somam 29%, onde a maior concentração dos que não apresentam interesse sobre o assunto se deu no 1º, 2º e 4º semestre, conforme tabela 1.

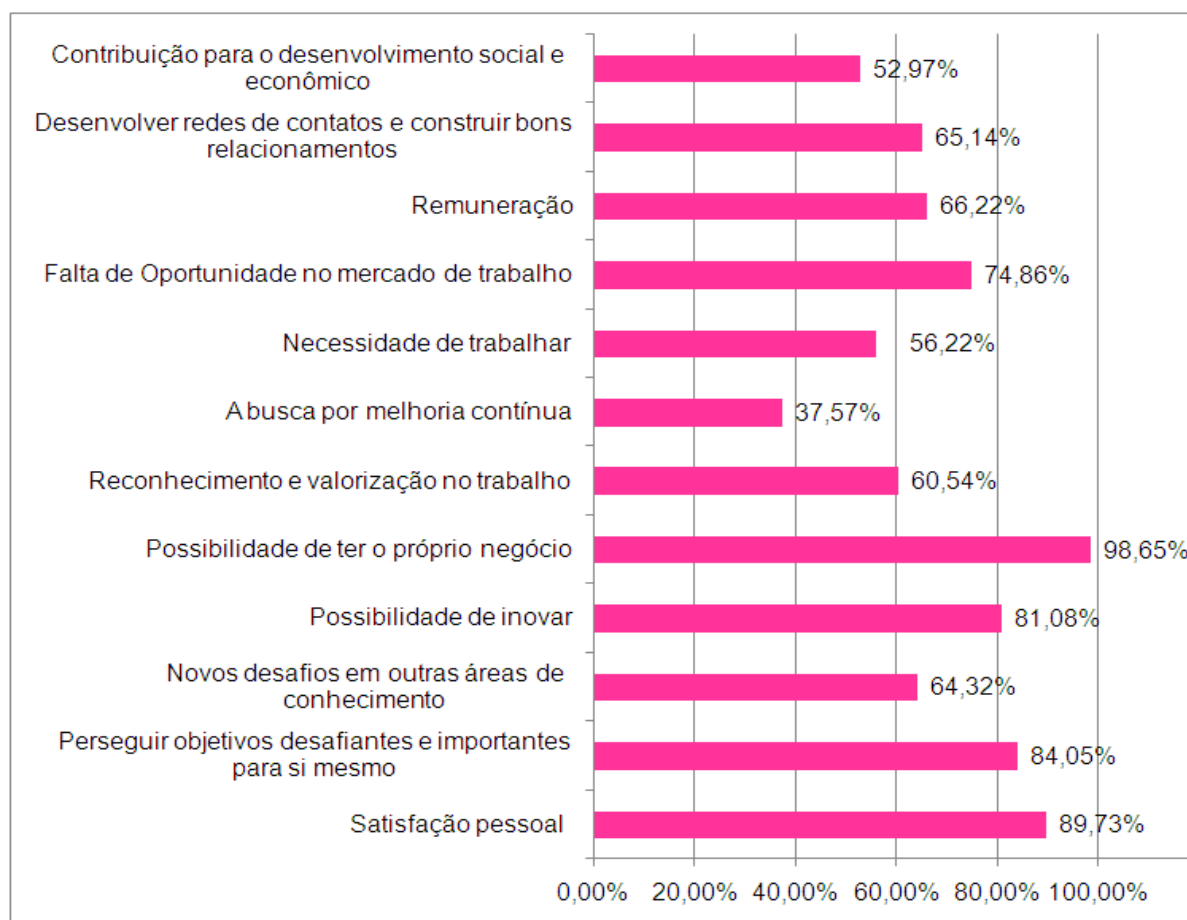


Gráfico 8: Fatores de motivação no desenvolvimento do empreendedorismo

Fonte: Elaborado pelo autor

Ressalta-se que nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

A questão exposta no gráfico 8, buscou identificar quais são os principais fatores que levam os alunos a empreender. Entre os principais fatores abordados, a possibilidade ter o próprio negócio foi a que teve maior pontuação, sendo marcada por 98,65% dos alunos. Logo após, a satisfação pessoal atendeu como nível motivador 89,73%, seguido de perseguir objetivos desafiantes e importantes para si com nível de motivação de 84,05%. O GEM (2014) também apontam estes fatores motivacionais como os principais fatores que levam o indivíduo a empreender.

Os dados acima afirmam a teoria dos sonhos de Dolabela (2003). Este conceito apresenta o empreendedorismo como uma forma de ser, onde o indivíduo é posto a frente do sonho estruturante, que o objetiva a realizar alguma ação em prol de autorrealização, sendo ela, profissional, financeira ou pessoal.

Todos os fatores expostos na questão dizem respeito às características do perfil do empreendedor, conforme dados do SEBRAE (2015), referente ao programa

EMPRETEC. Estas características são apresentadas como indicadores do perfil, defendidas em sua grande maioria, por autores como Dolabela (2008), Hirsrich e Peters (1985) e Dornelas (2005). As características válidas para esta apresentação de resultados são as de Dolabela (2008).

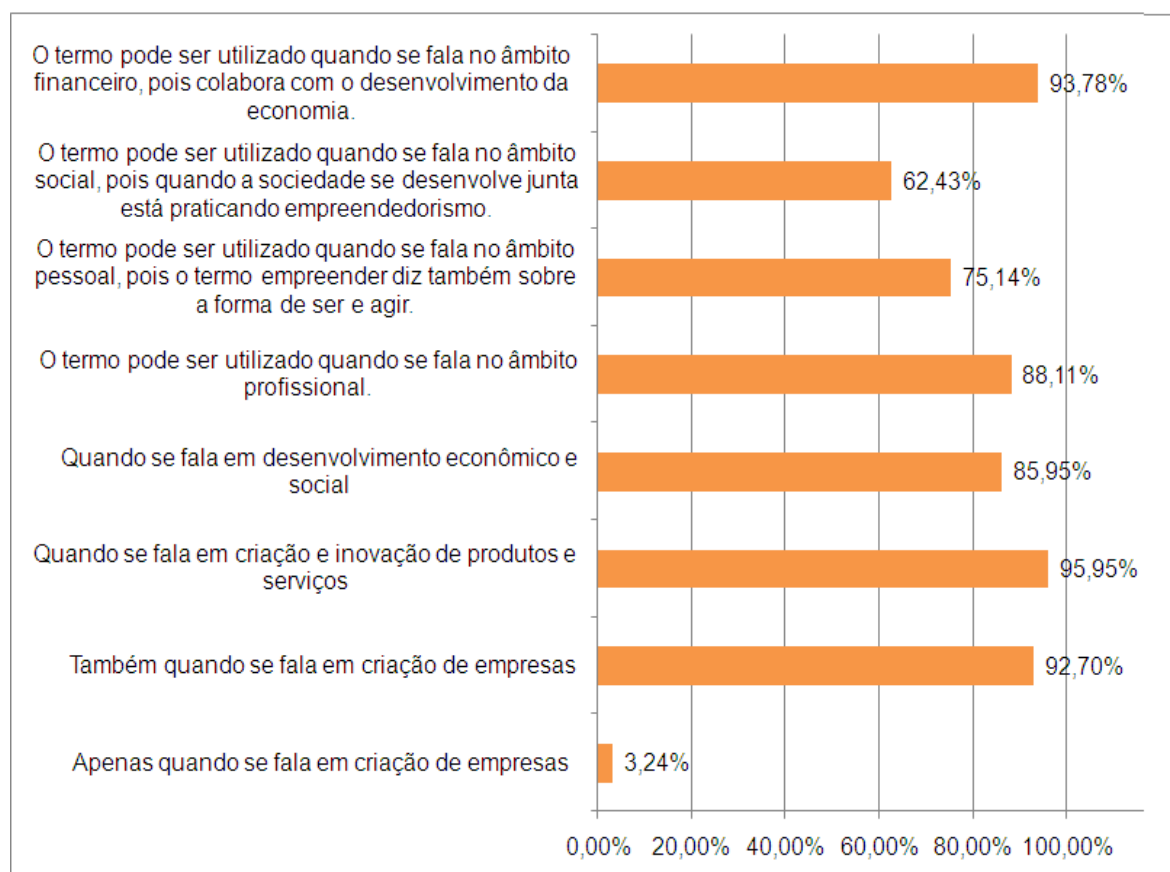


Gráfico 9: Entendimento de empreendedorismo

Fonte: Elaborado pelo autor

Ressalta-se que nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

Conforme observa-se no gráfico 9, a maior parte dos participantes concordam que o termo empreendedorismo diz respeito a criação de empresas, porém, não somente isto.

Constatou-se que 95,95% dos alunos afirmam que o empreendedorismo tem relação com a criação e inovação de produtos e serviços, e 85,85% que o empreendedorismo envolve o desenvolvimento econômico e social.

Estes dados confirmam o que o autor Dornelas (2014) afirma que a disseminação da cultura empreendedora contribui com o crescimento da economia,

aumenta a riqueza do país, acumula ideias e conhecimentos inovadores e o acesso da população aos bens de consumo.

Referente aos âmbitos profissional, pessoal, social e financeiro os dados foram representados em 88,11%, 75,14%, 62,43% e 93,78% respectivamente. Apenas 3,14% dos participantes afirmam que o empreendedorismo diz respeito apenas a criação de empresas.

Todos os dados mostram que a maior parte dos estudantes já está inserida e percebe os novos modelos de educação, tendo maior conhecimento sobre o empreendedorismo antes mesmo de fazer a matéria gestão empreendedora. Segundo Dolabela (2003), o fator das matérias sem interdisciplinares, e o fato do conhecimento ser compartilhado colabora para o desenvolvimento de novos profissionais, permitindo aos jovens novas reflexões e aplicações do que aprendem.

4.3 Empreendedorismo e a IES

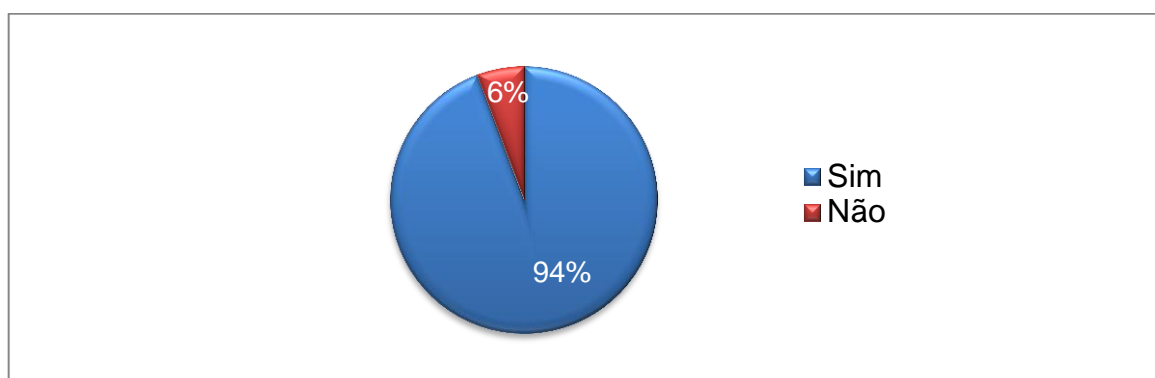


Gráfico 10: Reconhece que a IES promove a cultura empreendedora

Fonte: Elaborado pelo autor

Apresenta-se no gráfico 10 que 94% dos alunos reconhecem que a IES promove cultura empreendedora e apenas 6% destes alunos não reconhecem.

O fato de 94% dos participantes reconhecerem que a cultura empreendedora desenvolvida pela IES é um aspecto positivo, pois, a IES recebeu no ano de 2014 o prêmio *Sparks Awards* de a Melhor Universidade para Empreendedores no Brasil.

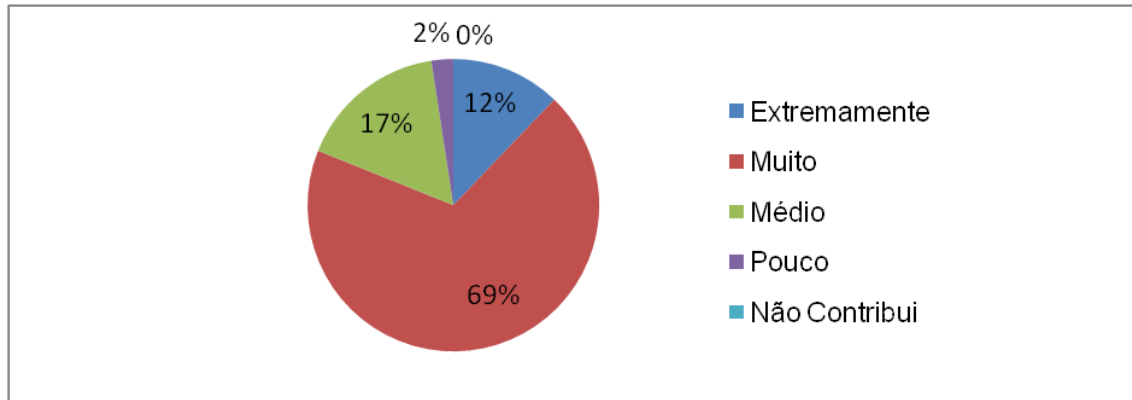


Gráfico 11: A IES contribui para o desenvolvimento empreendedor dos alunos

Fonte: Elaborado pelo autor

Percebe-se que o ambiente da IES contribui para o desenvolvimento empreendedor dos alunos, 12% confirmam que o ambiente contribui extremamente para o desenvolvimento empreendedor. Em seguida, 69% afirmam que a IES contribui muito.

Sobre os que consideram que o ambiente da IES constituiu mais ou menos para o desenvolvimento empreendedor somam 17% e que consideram pouco atingem apenas 2% dos participantes. Não houve opinião que diz que o ambiente não contribui para o desenvolvimento empreendedor dos alunos.

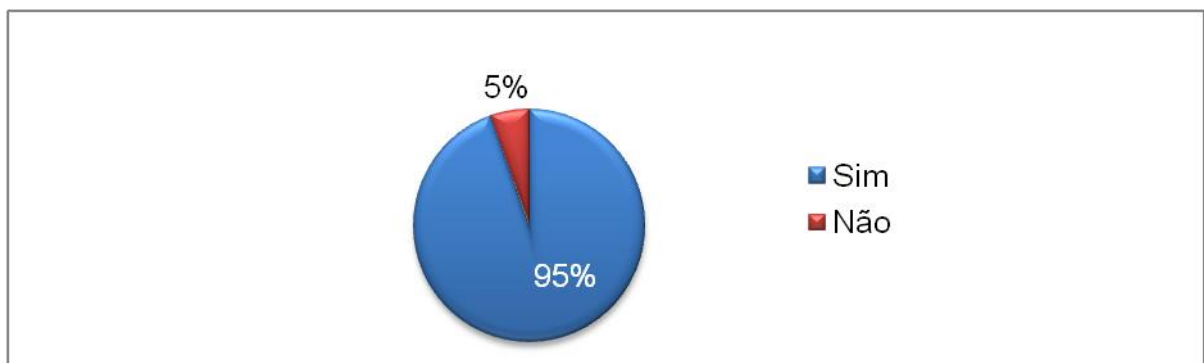


Gráfico 12: A IES estimula a criação, inovação e o aluno a ser empreendedor

Fonte: Elaborado pelo autor

Os participantes da pesquisa afirmam em 95% que a IES estimula os alunos a criar, inovar e ser empreendedor.

Conforme o Portal (2015), a IES tem como missão “gerar, sistematizar e disseminar o conhecimento, visando a formação de cidadãos reflexivos e empreendedores, comprometidos com o desenvolvimento socioeconômico sustentável”. De acordo com a resposta dos participantes, a missão da IES está sendo alcançada.

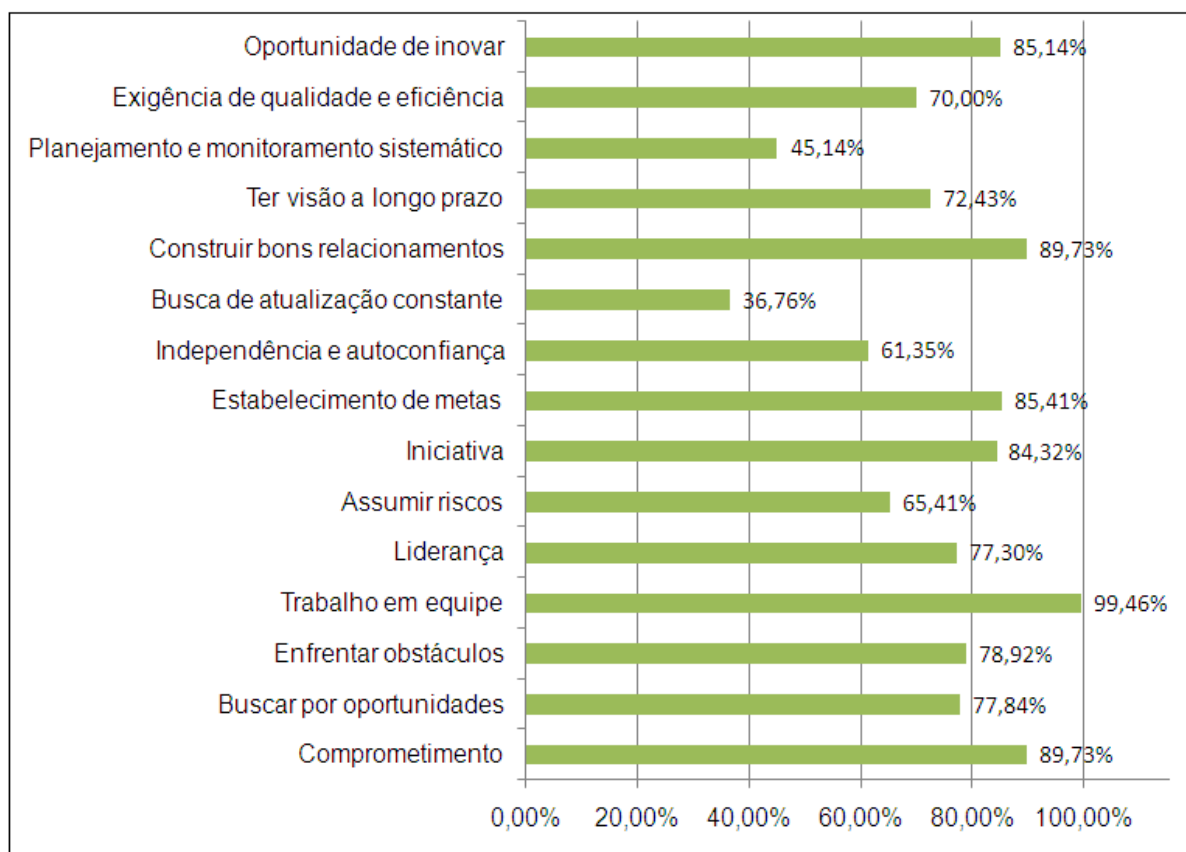


Gráfico 13: Competências empreendedoras desenvolvidas na IES

Fonte: Elaborado pelo autor

Ressalta-se que, nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

Competências	1º SEM	2º SEM	3º SEM	4º SEM	5º SEM	6º SEM	7º SEM	8º SEM
Comprometimento	13,51%	13,51%	10,81%	13,51%	14,05%	10,54%	8,11%	5,68%
Buscar por oportunidades	9,19%	10,54%	9,73%	12,97%	13,24%	8,65%	7,03%	6,49%
Enfrentar obstáculos	12,97%	12,16%	10,27%	12,43%	10,27%	10,27%	5,41%	5,14%
Trabalho em equipe	15,68%	15,14%	12,16%	14,05%	14,59%	11,35%	8,65%	7,84%
Liderança	5,68%	10,81%	10,81%	13,24%	12,97%	10,81%	8,11%	4,86%
Assumir riscos	4,86%	11,35%	7,57%	9,19%	10,81%	10,00%	7,57%	4,05%
Iniciativa	15,14%	10,27%	10,27%	11,08%	12,16%	10,27%	8,38%	6,76%
Estabelecimento de metas	14,59%	8,11%	12,16%	12,97%	18,89%	10,54%	7,57%	5,68%
Independência e autoconfiança	7,57%	6,22%	9,19%	7,84%	11,35%	8,65%	5,68%	4,86%
Busca de atualização constante	1,62%	3,78%	3,78%	4,86%	7,03%	7,30%	4,05%	4,32%
Const. bons relacionamentos	15,95%	7,03%	11,35%	13,78%	14,32%	10,81%	8,65%	7,84%
Ter visão a longo prazo	1,62%	10,27%	9,73%	10,54%	13,51%	11,08%	8,65%	7,03%
Plan. e monit. Sistemático	1,62%	3,24%	4,32%	6,49%	11,62%	9,46%	5,95%	2,43%
Qualidade e eficiência	10,27%	12,97%	9,46%	10,00%	9,73%	7,84%	6,49%	3,24%
Oportunidade de inovar	14,05%	10,54%	11,62%	11,62%	12,97%	11,35%	7,84%	5,14%

Tabela 2: Competências desenvolvidas por semestre

Fonte: Elaborado pelo autor

O gráfico 13 apresenta as competências que um empreendedor deve ter e a questão era identificar quais destas competências os alunos já foram ou são estimulados a desenvolver dentro da IES.

Trabalho em equipe alcançou quase 100% dos participantes da pesquisa, seguidos de comprometimento e construir bons relacionamentos com 89,73% ambos.

Pode-se concluir com os dados apresentados no gráfico 13 e diluídos na tabela 2, que mais de 60% dos alunos de Administração, mesmo estando no 1º semestre, já vêm desenvolvendo 5 ou mais competências empreendedoras com o auxílio da IES e já conseguem identificar estas características.

Vale ressaltar a importância dos professores no processo de desenvolvimento da cultura empreendedora. De acordo com Dolabela (2008), estes professores estão presentes para serem facilitadores do processo de aprendizagem, e que um ambiente favorável a práticas empreendedoras, fortalece muito o processo de auto-aprendizado ajudando assim os alunos a desenvolver e aprimorar suas características empreendedoras.

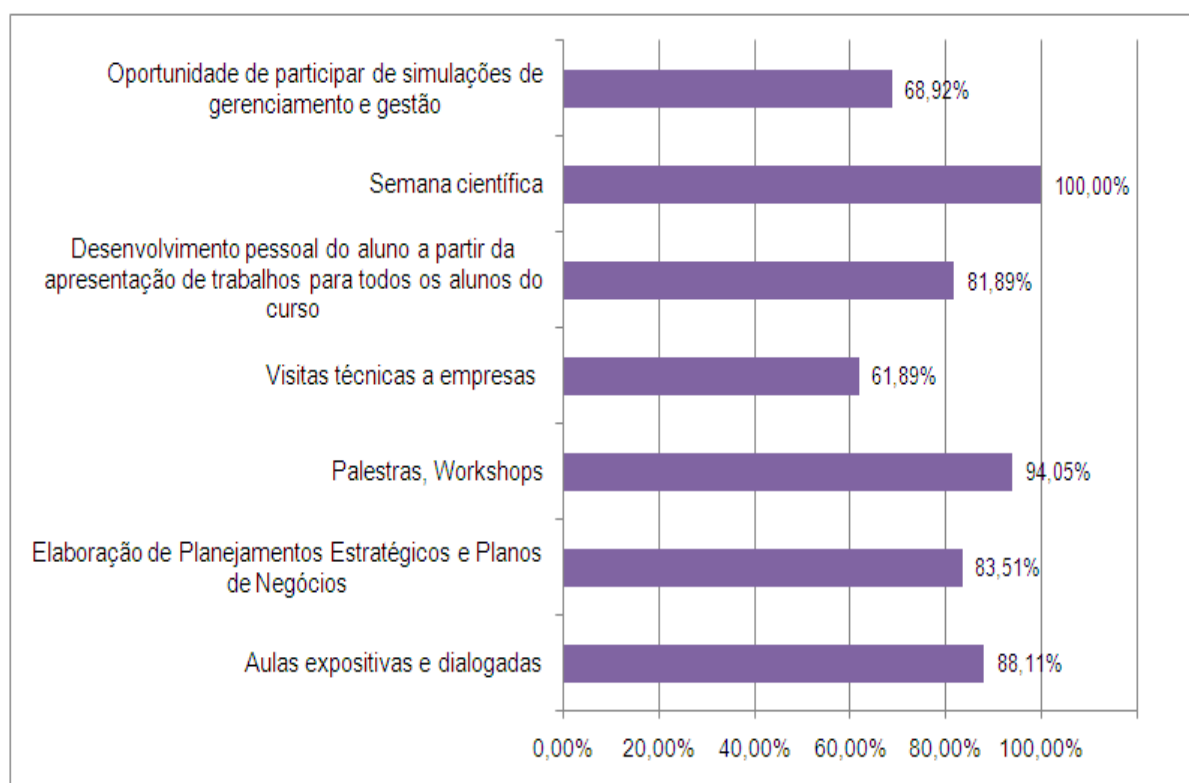


Gráfico 14: Estilos de aprendizagem na IES

Fonte: Elaborado pelo autor

Ressalta-se que, nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

O gráfico 14 apresenta os estilos de aprendizagem e as técnicas pedagógicas de ensino voltadas a educação empreendedora, segundo Dolabela (2003) e Ulrich e Cole (1987).

Mostra em todos os fatores, conhecimento por mais de 60% do total de alunos sobre os estilos e técnicas de ensino. Dornelas (2005) ressalta que a perspectiva da educação empreendedora visa aprender e compartilhar os saberes. A junção das competências desenvolvidas pelos alunos no gráfico 13 e os estilos e técnicas de aprendizagem são auxiliares no processo de desenvolvimento dos estudantes.

Na pesquisa realizada por Resende (2015), junto ao gestor de empreendedorismo da IES, este utilizou a seguinte frase para descrever as técnicas e estilos de ensino na educação empreendedora:

Os alunos são estimulados a desenvolver planos de negócios, criar empresas fictícias com projetos inovadores (...) e o ensino na IES visa o convívio dos alunos com a realidade e aprendizado qualificando profissionalmente os estudantes com características empreendedoras pessoais e intrapessoais.

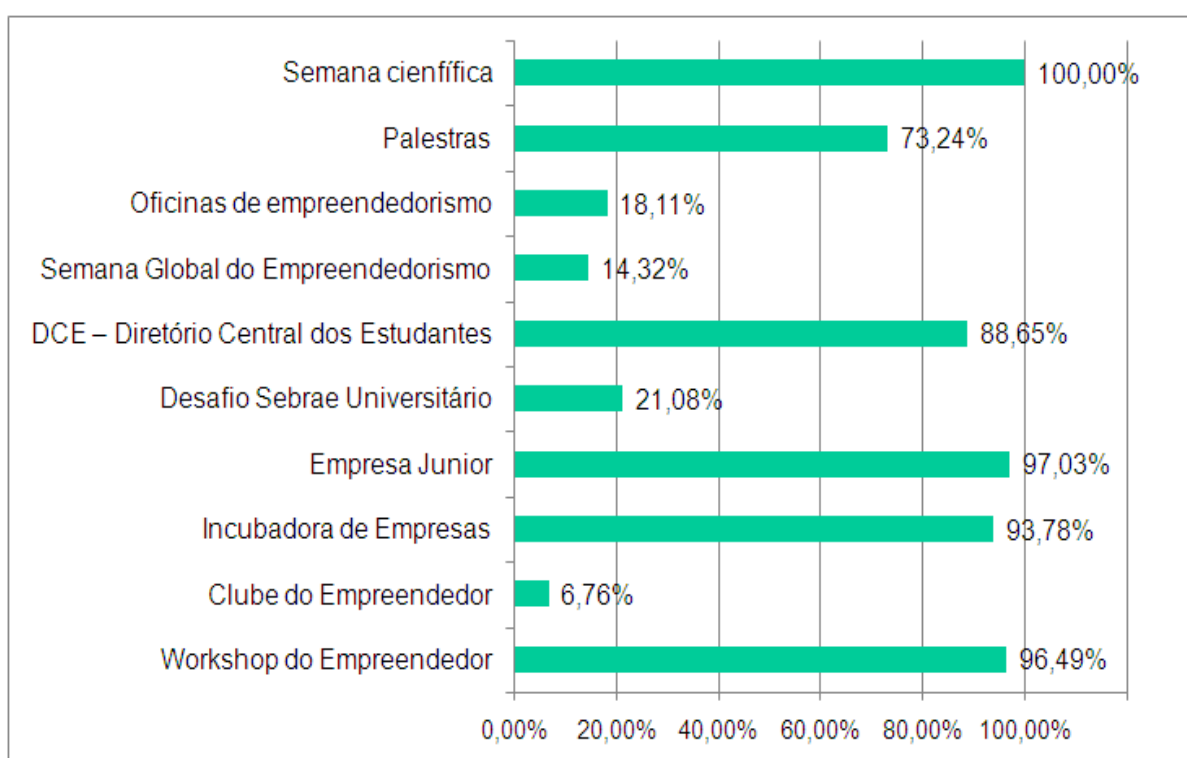


Gráfico 15: Atividades que a IES oferece

Fonte: Elaborado pelo autor

Ressalta-se que, nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

O gráfico 15 apresenta as atividades desenvolvidas pela IES e a quantidade de alunos que reconhecem as atividades ofertadas. Desafio Sebrae Universitário e Semana Global do Empreendedorismo são oferecidas nesta IES, porém há pouco conhecimento dos participantes da pesquisa, com 21,08% e 14,32% respectivamente. Já o Clube do Empreendedor, não existe nesta IES. Fato este que responde o possível conhecimento apenas 6,76% dos respondentes.

As atividades como *Workshop* do Empreendedor, Incubadora de Empresas e o DCE são reconhecidos por mais de 88% dos participantes. Alcança 100% o conhecimento dos participantes, a Semana Científica, pois é uma semana voltada a todos os alunos do curso.

A IES visa à aplicabilidade do aprendizado teórico, para que se tenha profissionais mais completos, com um cabedal de conhecimentos práticos, com o intuito de formar cidadãos com proatividade, que intercedam na sociedade agregando valor em suas atividades.

As atividades retalatas pelo gestor de empreendedorismo, conforme Resende (2015) são: Workshop do Empreendedor, Incubadora de Empresas, Empresa Júnior, Diretório Central dos Estudantes – DCE, oficinas, palestras e a Semana Científica. Estas atividades também estão citadas no portal da IES.

O somatório dos gráficos 14 e 15 também compõem a teoria adotada por Ulrich e Cole (1987, *apud*, HENRIQUE E CUNHA, 2008). A teoria fala sobre os estilos de aprendizagem reflexivos e ativos, divididos em reflexivo-teórico, reflexivo-aplicado, ativo-teórico e ativo aplicado. Atividades como aulas e palestras teóricas ou dinâmicas, estudos de caso e conceituação de um tema, fazem parte do estilo reflexivo, por sua vez, trabalhos em grupos, simulações de gerenciamento e gestão, estágios de observação e aplicabilidade, planos de negócios e planejamento estratégico fazem parte do estilo ativo.

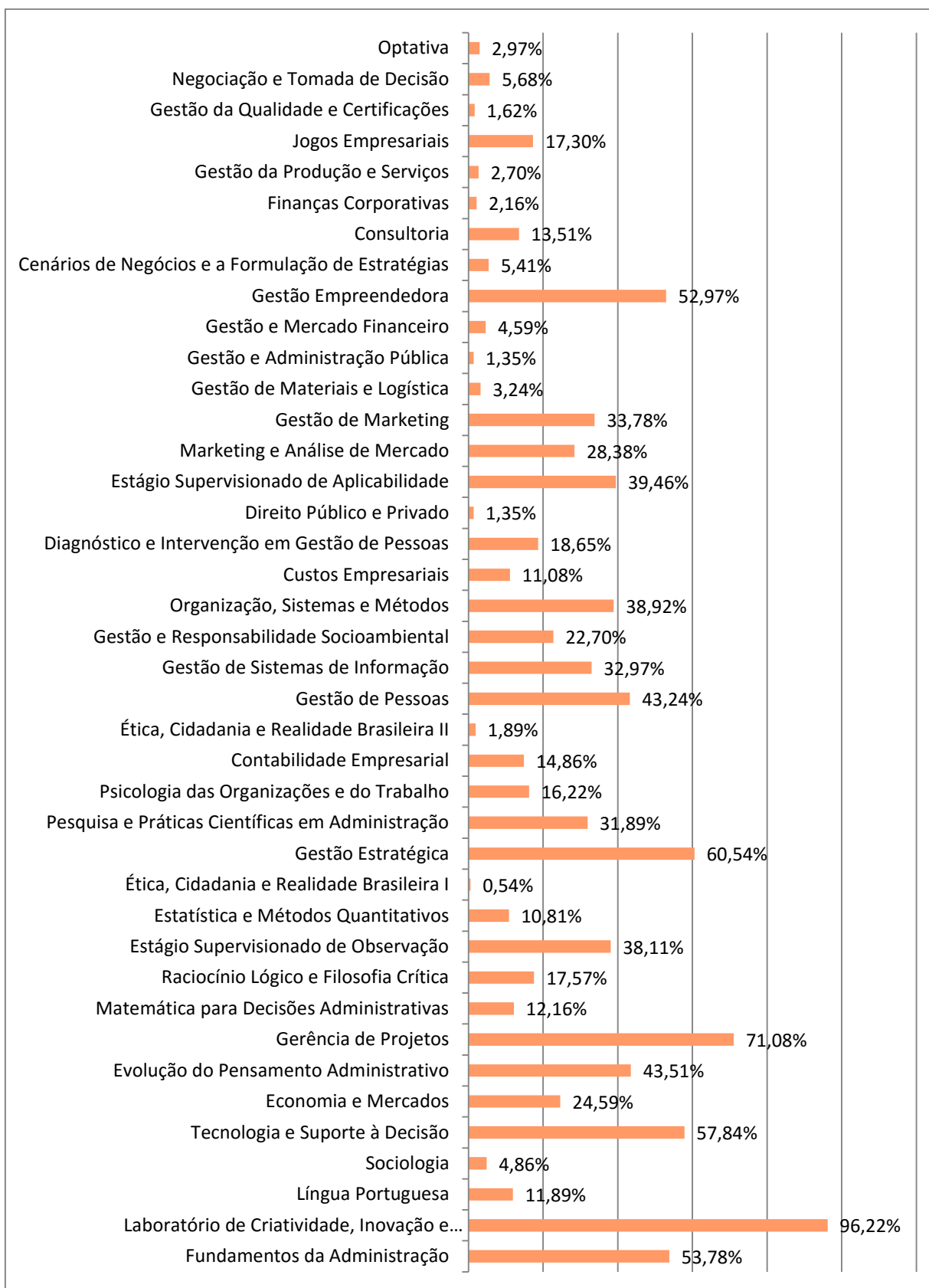


Gráfico 16: Disciplinas que abordam o empreendedorismo

Fonte: Elaborado pelo autor

Ressalta-se que nesta questão foi permitido marcar mais de uma alternativa, assim, o modo de análise foi distinto das demais perguntas, pois a porcentagem 100% é referente ao total de participantes da pesquisa.

Por último, o Gráfico 16 apresenta em quais disciplinas os alunos já foram abordados pelo tema empreendedorismo. A questão foi respondida pelos participantes da pesquisa conforme a conclusão da matéria ou o que eles já ouviram falar sobre ela. Neste caso, a resposta possui uma variação muito grande entre as matérias do começo do curso e as matérias do final do curso, pois, a amostra participante em sua maior parte está concentrada do 1º ao 5º semestre.

Outra variação que pode ser citada é o fato da grade curricular desta IES ser aberta, ficando assim permitido aos alunos concluírem as matérias que se identificam antes ou as que encaixam no seu horário, exceto matérias que possuem pré-requisito como: TCC, Estágio Supervisionado de Aplicabilidade e Consultoria.

Um ponto positivo é que todas as disciplinas que compõem o curso de Administração foram reconhecidas pelo menos 2 vezes como transmissoras do empreendedorismo. As matérias que mais abordaram o empreendedorismo segundo a percepção dos alunos participantes são: Fundamentos da Administração; Laboratório de Criatividade, Inovação e Aprendizagem; Gerência de Projetos; Gestão Estratégica; Gestão de Pessoas; Gestão de Sistemas de Informação; Organização, Sistemas e Métodos; Estágio Supervisionado de Aplicabilidade, Marketing e Análise de Mercado; Gestão de Marketing e Gestão Empreendedora.

Pode-se afirmar com a análise deste gráfico que o empreendedorismo é considerado por esta IES um fenômeno cultural fortemente relacionado ao processo educacional na formação de novas gerações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O termo empreendedorismo vem crescendo. Hoje fala-se sobre o tema em casa, no trabalho, nas organizações, nas IES e até mesmo em grupos de amigos. A importância da disseminação da cultura empreendedora no Brasil, da-se pelo fato de que cada vez mais existem micro e pequenos empreendedores e que, não raras as vezes, eles não têm conhecimento aprofundado sobre o que é uma empresa e quais são os passos para o sucesso.

Conforme abordagem realizada, empreendedorismo não diz respeito somente à criação de empresas. O termo pode ser tratado nos âmbitos sociais, econômicos, profissionais e pessoais, pois, além de referir-se à criação de empresas, também está voltado ao desenvolvimento social e econômico do país, à inovação e criação de produtos e serviços e também ao conhecimento de si mesmo, o que indica que ser empreendedor também é uma forma de agir.

Em relação ao problema e ao objetivo geral deste artigo, qual seja, identificar como os alunos do Curso de Administração percebem a promoção do empreendedorismo em sua IES, observa-se que os questionamentos foram respondido com sucesso, pois, aproximadamente 100% dos alunos percebem que a IES promove cultura empreendedora e cerca de 81% concordam que o ambiente da IES contribui para seu desenvolvimento empreendedor.

Além de perceberem a prática da cultura empreendedora, o levantamento realizado indica que os alunos afirmam que são estimulados a desenvolver competências empreendedoras, criativas e inovadoras. Quanto às atividades, às técnicas e aos estilos de aprendizagem oferecidos, conclui-se que a IES possui metodologias adequadas ao ensino empreendedor.

Os objetivos específicos foram atendidos, considerando os percentuais dos participantes que relacionaram o termo empreendedorismo ao que eles acreditam que possa ser aplicado e aos que eles consideram que sejam fatores motivadores para empreender. Mais de 80% dos alunos concordam que o empreendedorismo tem relação com o desenvolvimento social, econômico, profissional e pessoal, e também com a criação e inovação de produtos.

O nível de motivação quando se aborda o termo empreendedorismo é alto, eis que 71% dos alunos possuem interesse no assunto, sendo que 20% já atribuem

atividades empreendedoras no seu cotidiano e 51% ainda não possuem muito conhecimento sobre o assunto.

Apurou-se, ainda, que há integração entre as disciplinas do Curso de Administração, o que sinaliza para a importância da cultura empreendedora em todos os campos, ante a evidente perspectiva interdisciplinar quanto ao estudo do empreendedorismo. E é a partir desse viés que os alunos poderão acumular uma bagagem de conhecimento, extraída de áreas distintas, o que, contribuirá para a internalização do conceito de empreendedorismo.

Além disso, os alunos percebem a promoção do empreendedorismo com as atividades que a IES desenvolve, tais como Incubadora de Empresas, *Workshop*, Empresa Júnior que são apresentadas pelo Gestor de Empreendedorismo e reconhecidas pelos alunos.

Como limitação para a realização desse artigo aponta-se a dificuldade de para a aplicação do questionário nas datas pré-estabelecidas, em virtude dos eventos extracurriculares que ocorreram no âmbito da IES no período eleito para a aplicação.

Diante dessa dificuldade enfrentada, sugere-se que se faça uma pesquisa quantitativa censitária para alcançar 100% do número de alunos do Curso de Administração, separados por semestre, de modo a identificar em sua totalidade qual é a percepção dos alunos sobre o empreendedorismo na IES.

Ainda, conclui-se que a educação empreendedora é uma importante estratégia para o desenvolvimento social e econômico do país e que, nesta IES a promoção da cultura empreendedora é percebida pela maioria dos alunos do Curso de Administração. Apesar dos resultados positivos do levantamento realizado, muito há que ser feito para que a educação empreendedora alcance todos os alunos e eles consigam compreender os ensinamentos e refletirem a respeito, de modo que esta reflexão reverbere em atitudes empreendedoras.

Finalmente, salienta-se que a educação empreendedora tem por intuito formar cidadãos capazes de ser comprometidos, líderes, proativos, com capacidade de correr riscos calculados, que busquem a melhoria contínua e agreguem valor por onde atuarem na sociedade, seja gerando riqueza, emprego ou sustentabilidade empreendedora.

REFERÊNCIAS

DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. 8. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo. Cultura Editores Associados, 1999.

_____, F. **Pedagogia Empreendedora: O Ensino do Empreendedorismo na Educação Básica, voltado para o Desenvolvimento Sustentável**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

_____, F. **Oficina do Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. A. C. **Empreendedorismo: Transformando idéia em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FERREIRA, A. B de C. **Novo dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1975.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v.34, n.2, p. 6-28, 1999.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas da pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: 2001.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor, Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo 2014. Disponível em: <http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/GEM_2014_Relatorio_Executivo_Brasil.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2015.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. da. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**. v. 9, n. 5, 2008, p. 112-136 . Disponível em: <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/RAM/article/view/187/187>> Acesso em 20 Ago. 2015.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

LEITE, E. da S.; MELO, N. M. Uma nova noção de empresário: a naturalização do “empreendedor”. **RESOCP**, v.16, n.31, p.35-47, nov. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v16n31/v16n31a05.pdf>> Acesso em: 15 Ago 2015.

PORTAL DA IES. **Institucional**. Disponível em: <<https://www.uniceub.br/institucional/a-instituicao.aspx>>. Acesso em: 10 set. 2015.

RESENDE, G. D. G. S. **O PAPEL DAS IES NA FORMAÇÃO DE UMA CULTURA EMPREENDEDORA NO BRASIL**. 2015. 25 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas do UniCEUB, Brasília, 2015.

SEBRAE. **Os Donos de Negócio no Brasil: Análise por Faixa Etária (2002-2012). 2014**. Disponível em:<[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6147a9d7c729046b5c11ac7fd0bc8f99/\\$File/4837.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6147a9d7c729046b5c11ac7fd0bc8f99/$File/4837.pdf)> Acesso em: 17 ago 2015.

SEBRAE. **Educação Empreendedora. Estudantes podem desenvolver potencialidades empreendedoras por meio do Programa Nacional de Educação Empreendedora. 2015**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSEBRAE/Programas/Programa-dissemina-a-educa%C3%A7%C3%A3o-empreendedora>>. Acesso 19 ago. 2015.

SOUZA, E. C. L; GUIMARÃES T. de A. **Empreendedorismo além do plano de negócio**. Sao Paulo: Editora Atlas, 2005.